

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**IMPLICAÇÕES DA ATUAÇÃO DO ESTADO NA
PROMOÇÃO DE ASSIMETRIAS EMPRESARIAIS:
ALGUMAS CONTRADIÇÕES ORIUNDAS DO
RECONHECIMENTO DA PROPRIEDADE
INDUSTRIAL**

HUGO LEONARDO DE JESUS
Matrícula 104074743

ORIENTADOR: Prof. Murillo Florindo Cruz Filho

MARÇO 2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**IMPLICAÇÕES DA ATUAÇÃO DO ESTADO NA
PROMOÇÃO DE ASSIMETRIAS EMPRESARIAIS:
ALGUMAS CONTRADIÇÕES ORIUNDAS DO
RECONHECIMENTO DA PROPRIEDADE
INDUSTRIAL**

HUGO LEONARDO DE JESUS
Matrícula 104074743

ORIENTADOR: Prof. Murillo Florindo Cruz Filho

MARÇO 2012

As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade do autor

Dedico este trabalho à minha família, de quem sou repositório de esforço, dedicação e amor imensuráveis. A cada um de vocês, eis aqui o meu mais sincero – ainda que sempre insuficiente – tributo.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de deixar registrada a minha gratidão a algumas pessoas que de alguma forma me influenciaram, contribuindo para a minha formação e/ou ofereceram seu suporte para que pudesse seguir em frente mesmo nos momentos mais difíceis. Minha família já fora mencionada aqui anteriormente, porém nunca é demais ou suficiente prestar-lhes reconhecimento; aos Professores do Instituto, em especial à Professora Lúcia Kubrusly, ao Professor Ronaldo Fiani e ao meu orientador, Professor Murillo Cruz, por sua enorme paciência e serem tamanha fonte de inspiração. Não os esquecerei. À Professora Maristela Campos do Instituto Educacional São Bernardo, por seu dom único de sempre encontrar luz onde só há trevas aparentes; à Flávia, por seu amor, suporte e por acreditar em mim quando nem eu mesmo consigo fazê-lo. Todos vocês são partes integrantes do mosaico que sou. Fique aqui minha eterna gratidão pelo privilégio e honra de tê-los encontrado nesta vida.

“Economists have long maintained that free competition tends to promote economic efficiency. Business-men, however, have remained singularly unconvinced. In trade journals and at manufacturers’ conventions competition is termed “ruinous”, “unethical”, “cutthroat”, “destructive”. The control of competition through patents, tariffs, mergers, trade associations and formal agreements has been a major objective of business policy.”

– Lloyd G. Reynolds

RESUMO

Este trabalho consiste em uma abordagem da Microeconomia *mainstream* (com seu pilar sendo a estrutura perfeitamente concorrencial) a partir do ponto de vista do Diagrama-Matriz A/N de Cruz (2003). Através dele pretende-se demonstrar, primeiramente, a completa incompatibilidade dos cânones da Concorrência Perfeita com os requisitos mínimos de suporte à perpetuação da empresa como a conhecemos hoje.

Examinar o Diagrama-Matriz evidenciará um destacado papel do Estado na promoção de assimetrias empresariais, recursos dos quais os empreendimentos se utilizam na tentativa de assegurar retornos sustentáveis ao longo do tempo, garantindo sua sobrevivência num ambiente em que a restrição da concorrência é – e não poderia deixar de ser – a norma.

Este papel do Estado permitirá derivar algumas contradições, incoerências presentes no discurso dominante, tanto por parte dos Estados Nacionais que em grande medida servem de base para a aplicação de medidas norteadas por este discurso, como também por parte dos economistas que ignoram e demonizam categorias analíticas responsáveis por fundar o Capitalismo que julgam ter como objeto de estudo.

Palavras-chave: Diagrama-Matriz, Concorrência Perfeita, empresa, Estado, Assimetrias Empresariais, contradições.

ABSTRACT

This is an approach of mainstream Microeconomics – rooted on the Perfect Competition structure – from the Cruz (2003)' Diagram-Matrix A/N standpoint. By deploying it we seek to, first of all, reveal the total incompatibility between the canons of the Perfect Competition and the minimum requirements of life support to the contemporary enterprise.

From the Diagram-Matrix examination a prominent role of the State in the Entrepreneurial Asymmetries promotion will arise. These Asymmetries are the resources deployed by the enterprise in trying to secure long term sustainable returns, making it more likely to survive in an environment where the competition restraint is – and couldn't be different – the norm.

This role played by the State will lead to some contradictions contained within the dominant speech, proffered both by the National States – which serve as bases to the deployment of actions guided by this – and the economists which tend to ignore and demonize analytical categories accountable for founding the very Capitalism they supposedly have as object of study.

Keywords: Diagram-Matrix, Perfect Competition, enterprise, State, Entrepreneurial Asymmetries, contradictions.

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 10 |
| CAPÍTULO I – A CONTROVÉRSIA: <i>MAINSTREAM ECONOMICS</i> VERSUS REALIDADE EMPRESARIAL | 12 |
| 1.1 O CAMINHO RUMO AO ESTABELECIMENTO DO “SISTEMA DE MERCADO” COMO PARADIGMA: A IDENTIFICAÇÃO COM A CONCORRÊNCIA PERFEITA..... | 12 |
| 1.1.1 O Capitalista Sai de Cena; entra o Administrador de Empresas..... | 12 |
| 1.1.2 A Má Reputação do Regime..... | 14 |
| 1.1.3 A Economia Vira Ciência Positiva: O Sucesso da Revolução Marginalista..... | 15 |
| 1.2 OS CÂNONES DA CONCORRÊNCIA PERFEITA..... | 16 |
| 1.3 A EMPRESA NEOCLÁSSICA E A EMPRESA REAL..... | 17 |
| 1.3.1 Dimensão Positiva..... | 17 |
| 1.3.2 Dimensão Normativa..... | 19 |
| CAPÍTULO II – VERIFICANDO A DIVERGÊNCIA: O DIAGRAMA-MATRIZ A/N | 22 |
| 2.1 AS NECESSIDADES/DESEJOS DOS CONSUMIDORES..... | 22 |
| 2.2 AS ASSIMETRIAS EMPRESARIAIS..... | 23 |
| 2.3.1 O Diagrama-Matriz A/N..... | 24 |
| 2.3.1.1 O Eixo das Abscissas (A) – Assimetrias Empresariais..... | 24 |
| 2.3.2 O Diagrama-Matriz A/N revisitado..... | 25 |
| 2.3.2.1 Assimetrias <i>ipso facto</i> e <i>ipso jure</i> | 25 |
| 2.3.2.2 Visualização e Análise do Diagrama-Matriz A/N revisitado..... | 27 |
| CAPÍTULO III – IMPLICAÇÕES DA ATUAÇÃO DO ESTADO NA PROMOÇÃO DE ASSIMETRIAS EMPRESARIAIS: ALGUMAS CONTRADIÇÕES ORIUNDAS DO RECONHECIMENTO LEGAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL | 32 |
| 3.1 MOVIMENTOS CONFLITANTES DENTRO DO ESTADO..... | 32 |
| 3.2 A ECONOMIA CONTEMPORÂNEA ENQUANTO <i>TERRA IN COGNITA</i> AOS ECONOMISTAS CONTEMPORÂNEOS DE ONTEM [SIC]..... | 34 |
| 3.2.1 A Revolução Comercial de Commons e a Aurora de uma Modalidade Incorporável da Propriedade..... | 35 |

| | |
|---|-----------|
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 41 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 43 |
| ANEXO A – ESCALA DAS ASSIMETRIAS (<i>IPSO FACTO</i> E <i>IPSO JURE</i>)..... | 44 |

INTRODUÇÃO

Há muito se ouve falar das maravilhosas propriedades do mercado. Dos neoclássicos a nomes mais recentes como Amartya Sen, passando pela filosofia libertária, são sustentadas as mais diversas linhas de defesa quanto à eficiência desta entidade, todas, no entanto, enaltecendo sua capacidade de – se deixada à liberdade – promover o bem estar e a prosperidade. Daqui segue, naturalmente, que a livre concorrência seria a chave para o desenvolvimento econômico e social, proporcionando a promoção (ou manutenção) do melhor estado possível para todos os agentes. Nas palavras de Pindyck & Rubinfeld (2006, p. 376):

Os mercados perfeitamente competitivos são desejáveis porque se mostram economicamente eficientes: desde que não haja externalidades e nada impeça o funcionamento do mercado, a soma total do excedente [benefício] do consumidor e do produtor será a maior possível.

Logo, percebe-se que esta situação é o ideal a ser perseguido – quando não for uma boa aproximação da realidade. Qualquer medida que aprofunde a concorrência (até o nível do equilíbrio) fomentará, conseqüentemente, o desenvolvimento; desenvolvimento por meio da liberdade dos agentes.

No entanto, apesar do amplo conhecimento acerca deste efeito supostamente benéfico promovido pelo mercado (já que se trata do *mainstream economics*), o que se pode verificar na realidade é um empenho exemplar por parte das empresas em obter posições de mercado privilegiadas, isto é, romper com a normalidade do equilíbrio neoclássico e obter algum tipo de monopólio¹ em relação às outras, cerceando, desta forma, a livre concorrência. No mínimo, as empresas compreendem que gozarão de benefício maior caso não se comportem de forma a validar a abordagem dominante da concorrência. Ou seja, compreendem – seja explícita ou tacitamente – que caso dificultem o livre trânsito do setor em questão, não produzam bens homogêneos e, portanto, não sendo tomadoras de preço, estarão em melhor situação que aquela decorrente de um ambiente altamente concorrencial, tendendo ao ideal da concorrência perfeita. Mais importante que isso (e central para os fins desta monografia): como veremos mais adiante, elas nem mesmo poderiam se comportar de outra forma.

¹ Dada a conotação levemente pejorativa e carregada de outras interpretações que a expressão “monopólio” possui em nossa atual época, vale dizer que aqui tal palavra adquirirá sentido diferente – sendo identificável à Assimetria – a ser explicado no segundo capítulo deste trabalho.

Assim sendo, tudo indica que não há correspondência entre a estrutura de mercado perfeitamente competitiva e o funcionamento da economia. Apesar de a livre concorrência ser a responsável por proporcionar este estado ótimo, as firmas, pelo fato de trilharem o caminho inverso, se comportam como se tal argumento não fosse digno de tanto crédito.

Percebe-se, pois, certo afastamento entre o *mainstream economics* e a realidade empresarial. E o fator responsável por promover tal afastamento, por diferenciar as duas compreensões, é o uso do que se chamarão Assimetrias Empresariais. É através destas Assimetrias que as empresas buscam evitar (consciente ou inconscientemente, não importa) uma aproximação em relação ao ideal da Concorrência Perfeita, corpo teórico do sistema de mercado.

Este trabalho pretende mostrar o porquê deste comportamento, digamos, “antiótimo” por parte das empresas. Então, através do conceito de Assimetrias Empresariais e da análise subjacente ao Diagrama-Matriz de Cruz (2004), mostrar o esforço das empresas em obter (ou manter) algum tipo de monopólio (assimetria) e a (necessária) caminhada das empresas em sentido contrário ao ponto ideal de perfeita concorrência. E pretende, de maneira mais específica, após evidenciar o papel do Estado – através da concessão de direitos diversos – na promoção (ou manutenção) de Assimetrias Empresariais, apontar algumas contradições derivadas da existência de tal papel. Para tanto esta monografia será estruturada em três capítulos (além desta introdução e posteriores considerações finais) com vistas a contemplar o que segue: (1) o estabelecimento da visão dominante e a caracterização da controvérsia entre esta e o que se chamará aqui de realidade empresarial; (2) o Diagrama-Matriz A/N de Cruz (2004), pedra de esquina deste trabalho, instrumento com vistas a aferir a distância existente entre o *mainstream economics* e o que se chamará Realidade Empresarial; e, por fim, como já adiantado, (3) estabelecer algumas contradições presentes no discurso dominante com base principalmente na Revolução Comercial de John R. Commons (1994).

CAPÍTULO I – A CONTROVÉRSIA: *MAINSTREAM ECONOMICS* VERSUS REALIDADE EMPRESARIAL

1.1 O CAMINHO RUMO AO ESTABELECIMENTO DO “SISTEMA DE MERCADO” COMO PARADIGMA: A IDENTIFICAÇÃO COM A CONCORRÊNCIA PERFEITA

Segundo Galbraith (2004), a ascensão da designação “sistema de mercado” - denotando atonicidade e falta de poder dos agentes – tem origem em dois fatos, a saber: (1) o de que nas empresas modernas (corporações) quem realmente detém o poder não são os donos do capital, mas antes os executivos e, principalmente (2), o fato de o termo “capitalismo” evocar um passado extremamente conturbado, o que foi responsável por desgastar tal denominação. À luz da contribuição deste autor, ver-se-ão tais pontos um pouco mais de perto.

1.1.1 O Capitalista Sai de Cena; entra o Administrador de Empresas

Antes de a moderna corporação (*joint stock company* na forma de *limited liability*) se disseminar, as sociedades em comandita (*joint stock companies* incorporando responsabilidades) eram a forma predominante de associação e manifestação do capital. Aqui, a parceria era vista como uma espécie de presente do povo a um grupo de pessoas para que promovessem o interesse comum. O Estado impunha rígidas regras a serem seguidas: o impedimento de se controlar outros empreendimentos, o que fazer – construções de infraestrutura, normalmente – e o montante a ser capitalizado são alguns exemplos dos aspectos controlados pelo poder central.

Porém, o aspecto mais importante das parcerias é que o empreendimento não possuía existência separada de seus investidores. Em outras palavras, em caso de falência, por exemplo, os bens destas pessoas seriam executados de maneira a saldar suas obrigações. A massa falida da empresa seria constituída pelo patrimônio das pessoas físicas por trás do empreendimento.

Tal fenômeno de expansão das parcerias, apesar de ter sido originado na Grã-Bretanha do século XVII – vide Companhias das Índias –, ganhou proporções mais elevadas a partir de meados do século XIX nos Estados Unidos.

No entanto, com o objetivo de alcançar maior independência e proteção em relação aos riscos intrínsecos ao empreendimento, os homens de negócios norte-americanos, se aproveitando da décima quarta emenda constitucional de seu país², emancipam-se do empreendimento, constituindo-o pessoa; pessoa jurídica.

A partir de agora o investimento integralizado seria totalmente independente do investidor, sendo a empresa responsável por suas próprias atitudes enquanto pessoa que fora constituída. Agora, em caso de falência, o investidor perderia tão somente o montante por ele incorporado ao empreendimento. Seu patrimônio pessoal encontrava-se salvaguardado pela existência de uma outra pessoa (jurídica) totalmente responsável pelos atos que conduzissem ao fracasso.

Aqui entram os administradores de empresas a que Galbraith (2004) faz menção. A partir do momento em que nomes emblemáticos como, por exemplo, Rockefeller e Carnegie não mais existem como agentes centralizadores do poder capitalista – antes dão lugar a profissionais treinados, relativamente independentes e de menor visibilidade para conduzir a pessoa jurídica – tudo o que, porventura, assumia a forma de externalidade negativa torna-se inassociável aos proprietários. Até porque o capital (e, por conseguinte, o poder) torna-se tão pulverizado sob esta nova configuração que identificar e responsabilizar alguém individualmente far-se-ia algo difícil. Somente uma pessoa é responsável e passível de ser punida, a saber: a pessoa jurídica.

Tal transformação contribui para a inadequação do nome “capitalismo” como compreendido até então. Esta designação se tornara defasada, pois sempre estivera

² Segundo Zinn, no documentário *The Corporation* (2003), a décima quarta emenda constitucional fora fruto da Guerra Civil Americana. Ela previa que os estados não poderiam privar nenhuma pessoa de sua vida, liberdade ou propriedade sem os devidos trâmites legais. Desta forma o Estado estaria protegendo os recém-libertos negros contra abusos, combatendo a segregação racial. Entretanto, as corporações viram na emenda uma oportunidade de emancipação: se auto intitularam pessoas, de forma que todas as referidas benesses seriam aplicáveis também aos empreendimentos. Seu sucesso junto à Suprema Corte garantiu, portanto, seu status de pessoa; pessoa jurídica, separando propriedade e responsabilidade. De acordo com Zepernick (2003), no mesmo filme, tal êxito garantiria, por exemplo, que no período que vai de 1890 a 1910, dos 307 casos levados perante a Corte sob a décima quarta emenda, 288 fossem requisições de corporações e apenas 19 de ex-escravos.

intimamente associada, atrelada àquele capitalismo centralizador - identificado a certos indivíduos – de outrora.

1.1.2 A Má Reputação do Regime

Foi o capitalismo (industrial) que fez surgir a propriedade dos meios de produção como uma relação de poder, submetendo e alienando o trabalhador. Diante desta realidade, os escritos de Marx e Engels apontavam para a possibilidade de revolução dados os efeitos sociais adversos provocados pelo regime. Nos Estados Unidos do fim do século XIX o capitalismo gozava de uma imagem um pouco diferente, mas ainda assim negativa. Este estava intimamente associado à exploração dos preços.

Então, em 1907, nas palavras do próprio Galbraith (2004, p. 20) “o aparente perigo de falência geral em Wall Street levou à convicção de que o capitalismo não era apenas explorador, mas autodestrutivo, o que tinha sérias consequências.” Diante disso, a reação norte-americana não tardou. Uma grande onda de regulamentação seguiu em frente. Tal ímpeto viria a dar origem à lei Sherman, a Comissão Federal de Comércio – com um forte papel regulador – e até mesmo ao Federal Reserve System (Fed), de forma a regular as atividades financeiras.

Apesar de todo esse esforço regulatório, mais tarde os norte-americanos assistiriam à crise imobiliária da Flórida e a crise de 1929, de proporções mundiais, que desembocou nos dez anos da Grande Depressão.

Assim sendo, ao passo que na Rússia, por exemplo, o termo “capitalismo” sugeria revolução, nos Estados Unidos sugeria autodestruição e exploração, urgindo por intervenções regulatórias³. Uma coisa, entretanto, era ponto pacífico: o capitalismo não funcionava, sendo impossível sua ampla aceitação.

O processo de procura por uma nova designação que se segue, Galbraith (2004, p. 21-22), uma vez mais, narra de maneira formidável:

³ GALBRAITH, John K. Op. cit., p. 20.

Seguiu-se uma busca decidida por um nome mais favorável. Tentou-se “livre iniciativa”, nos Estados Unidos. Não funcionou. Liberdade aplicada a decisões empresariais não era algo confiável. Na Europa, havia a “socialdemocracia” – uma mistura camarada entre capitalismo e socialismo. Porém, nos Estados Unidos, o socialismo era (como ainda é) inaceitável. Nos anos seguintes, houve referências ao New Deal, que, no entanto, estava muito identificado com Franklin D. Roosevelt e sua turma. **Assim, como expressão razoavelmente erudita, surgiu “sistema de mercado”, que não tinha um passado desabonador; na verdade não tinha nenhum passado. Teria sido difícil, de fato, encontrar uma designação mais inexpressiva, o que é uma boa razão para sua escolha. (grifo nosso)**

Neste ponto é possível observar o encontro, a associação entre este novo sistema [sic] e a doutrina neoclássica da Concorrência Perfeita. O caráter descentralizador de poder do sistema de mercado com sua “democracia econômica”, garantindo a não prevalência de certos agentes sobre outros – tornando, portanto, todos iguais e individualmente impotentes, sujeitos a uma ordem superior – mostra que, ao contrário do que acontecia com o termo “capitalismo”, nenhum poder econômico seria evocado. Não há empresas dominantes. Tampouco há pessoas dominantes (capitalistas), pois estas saem de cena cedendo espaço para a presença profissional e especializada do administrador de empresas. Sua figura bem mais discreta e insuspeita que a de um Rockefeller, por exemplo, está associada meramente à condução diligente e científica que somente a Academia pode proporcionar e à execução dos objetivos de rentabilidade de seus empregadores, os diversos acionistas.

1.1.3 A Economia Vira Ciência Positiva: O Sucesso da Revolução Marginalista

De forma praticamente concomitante a todas essas mudanças já expostas, a revolução no pensamento econômico, associada inicialmente a Jevons, Walras e Menger, mas sacramentada por Marshall, impõe seus preceitos tornando-se paradigma científico. O novo método baseado, primordialmente, no Cálculo fez com que esta área do conhecimento compartilhasse um pouco daquele *status* de que gozava a Física, por exemplo. Suas proposições agora são amplamente verificáveis de acordo com certas leis derivadas principalmente dos trabalhos dos filósofos morais do século XVIII e dos fisiocratas.

A saída de cena do capitalista, o desgaste do nome e a aceitação de um caráter supostamente natural do sistema de mercado possibilitam a ascensão desta designação, apesar

de a essência do sistema permanecer inalterada. Todos esses fatores supracitados, em conjunto, vão convenientemente ao encontro da preponderância dos cânones da Concorrência Perfeita, elementos teóricos por trás do discurso liberal.

1.2 OS CÂNONES DA CONCORRÊNCIA PERFEITA

Conforme Pindyck & Rubinfeld (2006), o modelo da competição perfeita baseia-se, fundamentalmente, em três suposições:

Livre entrada e saída: significa que não há empecilhos algum ao livre trânsito do capital entre as diferentes atividades de uma economia. Caso uma atividade apresente uma lucratividade elevada o suficiente para atrair investimentos, os capitais serão invertidos sem qualquer tipo de embaraço (barreira à entrada). Um setor onde prevalece o uso de patentes, por exemplo, apresentaria barreiras à entrada, ao passo que os setores que não demandam tanto investimento em pesquisa e tecnologia – pré-requisito para a obtenção de patentes – não seriam de tão difícil penetração.

Homogeneidade dos produtos: se dá em mercados onde todos os produtos transacionados são substitutos perfeitos entre si, isto é, o consumidor não percebe nenhuma diferença entre tais bens.

Aceitação de preços: como o número de empresas que formam o mercado é suficientemente elevado e os bens transacionados são homogêneos, nenhum produtor em especial tem poder suficiente para afetar o nível de preços. A quantidade transacionada por este é tão pequena frente à oferta de mercado como um todo que o impacto de sua contribuição será próximo de zero. Isto faz com que todos os seus movimentos tenham como baliza o preço estipulado (dado) pelo mercado.

Fica claro, aqui, o caráter atomístico e desprovido de poder da empresa. O pressuposto da aceitação de preços garante que não há o que esta possa fazer para se destacar entre as demais; se tentar algo será duramente disciplinado pela mão invisível, guardiã implacável da ordem natural do mercado. Tudo que o produtor pode fazer é assumir seu papel de mero figurante neste filme, que, aliás, não possui protagonista algum – individualmente falando.

Sua única chance de sobressair seria, então, incrementar, aperfeiçoar de alguma forma seu produto, possibilidade que lhe é negada de pronto pelo segundo pressuposto (homogeneidade de produtos).

1.3 A EMPRESA NEOCLÁSSICA E A EMPRESA REAL

No entanto, diferentemente do que sugerem Pindyck & Rubinfeld (2006), não há nada de real e nem mesmo de ideal a respeito dos mercados perfeitamente competitivos. Para que tal afirmativa fique mais bem estabelecida, dividir-se-á o argumento em duas dimensões, a saber: positiva e normativa – sendo esta última a mais importante para os fins deste trabalho.

1.3.1 Dimensão Positiva

Não parece haver muita controvérsia acerca do fato de que a estrutura perfeitamente concorrencial não representa o mundo que é. Empresas que entram e saem de seus respectivos mercados, produzem bens homogêneos e aceitam preços não se verificam com muita frequência no mundo empresarial contemporâneo. Mas que tipo de empresa está aqui em apreço? “Claramente daquelas de fins lucrativos, mais de umas do que de outras, entretanto. O salão de beleza, o consultório dentário, o bar da esquina, o posto de gasolina, a confecção de biquínis na sala de Copacabana” (SÁ, 2007, p. 36) são todas empresas. “Empresas como essas são milhões e milhões no mundo todo, todavia ninguém cogita lembrar-se delas quando se alude à “empresa”” (SÁ, 2007, p. 36). Isto se deve ao fato de que na atual época, o domínio da tecnologia de ponta e a estrutura produtiva conferem aos seus detentores um papel predominante na vida econômica, fazendo-os vanguarda. Apesar de a empresa nos moldes da célebre fábrica de alfinetes de Smith ainda existir, não mais é a forma hegemônica de manifestação do capital. Antes fora supra sumida, amalgamada pela moderna corporação. Não seria um exagero assemelhá-la a um fóssil, enquanto testemunha que é da existência de um mundo que outrora predominara. Assim sendo, uma vez mais nas palavras de Sá (2007, p. 36-37):

[...] a empresa que nos interessa é legalmente uma sociedade anônima por ações, de propriedade difusa em muitos acionistas, e cujas ações são ativamente comercializadas em mercados financeiros. A estrutura da produção e a tecnologia desta empresa é normalmente complexa [*sic*], e os produtos são menos importantes que suas diferentes manifestações em mercados específicos. A empresa influi nos preços dos produtos-mercados enfrentando alguns, ou talvez nenhum competidor, e “compete” porque produtos-mercados⁴ têm sucedâneos de fortes elasticidades cruzadas, por isso logo atraem o público consumidor se aspectos como qualidade, preço, atendimento, pós-venda ou meio de entrega forem satisfatórios. As barreiras à entrada de competidores num mercado alvo são normalmente altas, e os competidores disputam-no quase sempre seguindo regras de uma encenação que protege os territórios de cada um na riqueza global deste alvo. Os sócios controladores, ou os dirigentes controladores que assumiram os destinos da empresa montados numa máquina de procurações relacionam-se com seus antagonistas num jogo de regras práticas de concentração de riqueza que nada tem a ver com a perfeição neoclássica dos mercados. Quantitativamente, estas empresas que nos interessam talvez nem sejam cem mil no mundo todo, mas atrás de cada uma existe uma arborescência de interesses que, no conjunto, reúne milhões de negócios.

Conforme caracterizada a empresa real, possuindo a ciência e a tecnologia como ativos cruciais para seu bom desempenho, qualificar a estrutura perfeitamente concorrencial de mercado como equivocada – apesar de inadequada – não lhe faria plena justiça. Melhor seria, com certeza, lhe classificar como anacrônica, pois num passado onde o rudimentar estado das artes aplicadas ao chão da fábrica não permitiam a existência de barreiras à entrada, diferenciação de produtos e, por conseguinte, manipulação de preços, um tal arcabouço teórico seria uma aproximação razoável à realidade.

Do ponto de vista metodológico, a empresa neoclássica, ou melhor, seu comportamento é fruto de um raciocínio um tanto quanto discutível. No método predominante oriundo do triunfo marginalista, o realismo das hipóteses tornara-se irrelevante perante a plausibilidade, ou mesmo à elegância dos resultados. A justificativa de uma tal abordagem está em que a abstração de detalhes supérfluos da realidade seria compatível com o progresso da ciência desde que não influísse no acerto das conclusões. Esta tese de Friedman (1953 apud SÁ, 2007, p. 32-33) decorre de que uma teoria econômica nunca pode ser provada com fatos reais, tão somente não pode ser recusada quando os fatos a corroborarem. Em suas próprias palavras:

A questão relevante a indagar acerca das hipóteses de uma teoria não é se são descritivamente realistas, pois nunca são, mas se são suficientemente boas aproximações para os propósitos que se tem em vista. E esta questão só

⁴ Ou seja, cada produto é (ou corresponde a) um mercado específico eliminando, assim, a ideia de substituição perfeita subjacente à premissa de homogeneidade de produtos.

pode ser respondida constatando-se se a teoria funciona, isto é, se fornece previsões suficientemente precisas.

O grande problema desta abordagem, entretanto, é a quase explícita tolerância em relação a correlações espúrias.

1.3.2 Dimensão Normativa

Num ambiente concorrencial contemporâneo, os capitais investidos em um determinado empreendimento são tão elevados que a empresa não pode se lançar ao mercado sem estar munida de medidas que assegurem um retorno adequado. Essas medidas passam, invariavelmente, em algum grau, pela diferenciação do produto (que pode envolver a manipulação de sua percepção junto ao público consumidor) e/ou a construção de barreiras à entrada. Assim sendo, na ausência de tais garantias o investimento não encontrará ambiente suficientemente seguro para se realizar, não nos permitindo sequer falar em oferta em certos setores – nos intensivos em tecnologia, predominantemente. Isto sem mencionar o efeito depressivo sobre a inovação tecnológica que daí seria originado.

Para tanto lança mão de recursos diversos de maneira a garantir, ou melhor, ampliar a probabilidade de sua sobrevivência no longo prazo.

Uma empresa é, antes de qualquer coisa, um organismo dotado de parafernália especializada em gerar retornos sustentáveis no tempo aos seus detentores. A partir do momento em que em prol de um discurso atomístico-homogeneizante a utilização de tal parafernália lhe é negada, este organismo passa a ser qualquer coisa, menos uma empresa. A utilização de recursos destinados a garantir retornos ao longo do tempo é um dos traços mais marcantes, se não o mais marcante, definidor, desta entidade. Do mesmo modo que, digamos, um tigre sem dentes e garras não é um predador, uma organização sem trunfos que lhe aumentem a chance de sobreviver não pode ser uma empresa.

Portanto, um ambiente onde vigora o atomismo não seria nem mesmo ideal como pretendem Pindyck & Rubinfeld (2006) dada a insegurança do mercado. Diante disso, todo o discurso em torno da eficiência e do conceito de excedente – seja do consumidor ou do

produtor – perdem sentido, pois a ameaça à produção representa igualmente uma ameaça ao consumo.

Fica claro, então, que algum grau de monopólio – identificável à assimetria, como chamar-se-á adiante – qualquer que seja a sua forma de manifestação não somente é benéfica – pois garante a oferta – , mas antes, condição prévia para a mera existência de qualquer empreendimento.

Os defensores mais ardorosos do pensamento friedmaniano poderiam argumentar que, conforme dito anteriormente neste trabalho, não há problemas algum com a adoção de hipóteses irrealistas desde que não influenciem no acerto das conclusões. Eis o problema: aqui, além de as hipóteses não serem realistas, as conclusões tampouco o são. Não há benefício derivável de empresas-átomos, não em um ambiente empresarial definido pelo domínio de técnicas avançadas de produção. Empresas não existem sem assimetrias. Um tal receituário não é válido num ambiente concorrencial contemporâneo.

Como ficará mais evidente no segundo capítulo, o ensino teórico em Economia ao privilegiar o ponto hipotético ótimo de concorrência perfeita, com seus ganhos para o consumidor, faz desviar o olhar das práticas diuturnas e mesmo dos objetivos de qualquer empreendimento. Por não levar em consideração como a empresa realmente é, a análise microeconômica tradicional conduz ao resultado inverso do deveras ideal: um regime de concorrência perfeita é o que nega a sobrevivência à empresa.

Diante do fato de a estrutura perfeitamente competitiva não ser real e nem ideal, surge, inevitavelmente, a questão: que serventia possui um tal arcabouço teórico? Em certa ocasião o autor desta monografia, em uma de muitas aulas, fora exposto à ideia de que a microeconomia neoclássica seria comparável ao jogo de xadrez: à semelhança do jogo, fora concebida para ser um mundo fictício, com regras próprias, onde a beleza e a perfeição de sua racionalidade, mesmo possuindo conexão não mais que marginal com o mundo real, seria seu objetivo último, suficiente. Mas o fato é que teoria nenhuma é construída no vácuo; isto é, ao contrário do que sugere a “abordagem enxadrística”, todo corpo teórico – em ciências sociais, ao menos – é formado em um determinado ambiente para atingir determinados fins. A que objetivos serviria, portanto, uma tal abordagem? A quem a popularização de tais ideias seria benéfica (*Cui bono*)? Àqueles que dividem para reinar, a saber: os sacerdotes do pensamento liberal.

Num ambiente onde vigoram competição desenfreada e falta de coordenação rumo a um determinado objetivo não pode haver desenvolvimento econômico. Ou assim nos conta a História (GERSCHENKRON, 1962). Nem mesmo a todo-poderosa Inglaterra, berço do pensamento liberal, escapa à regra⁵.

Portanto, as assimetrias – em especial as de tipo *ipso jure* que serão introduzidas pouco mais adiante – são não somente desejáveis, pois restringem a competição dando suporte à sobrevivência do empreendimento, mas condição ao desenvolvimento. Países que já alcançaram certo nível de desenvolvimento se beneficiam da concorrência – seja entre empresas ou entre países –, mas àqueles que ainda não galgaram este degrau é extremamente prejudicial, pois perpetua seu caráter, como se diz, emergente.

Tal arcabouço vem a ser, então, parte de uma estratégia bem mais ampla e pervasiva de manutenção hegemônica.

Apesar da riqueza deste tema, continuar nesta linha significaria, inevitavelmente, exceder ou aumentar de forma desnecessária o escopo do trabalho, de modo que aqui se encerra tal exame.

⁵ De acordo com L. R. Vieira Souto em O Pensamento Industrial no Brasil, 1880-1945 de Edgard Carone (1977 apud CRUZ, 2002, p. 21) em 1840, Sir Haskinson afirmava: "A proteção [isto é, a restrição da concorrência] foi por largo período o segredo da grandeza da Inglaterra, mas a vantagem da sua exploração expirou... Só há um remédio, abandonarmos o sistema protetor, pois o efeito dessa resolução será desviar daquele sistema as outras nações, que não terão mais o nosso exemplo para adotar...". "A propaganda interesseira da Inglaterra estendeu-se e penetrou, então, por toda a parte..."

CAPÍTULO II – VERIFICANDO A DIVERGÊNCIA: O DIAGRAMA-MATRIZ A/N

Como um instrumento com vistas a verificar a distância existente entre o mundo da concorrência perfeita e a realidade empresarial, lançar-se-á mão do Diagrama-Matriz A/N de Cruz (2004). Nele, segundo o autor, interagem as categorias relevantes para o sucesso e perpetuação de qualquer empreendimento, a saber: as necessidades (desejos) dos consumidores e as assim chamadas assimetrias empresariais. Diferentes combinações, frutos desta interação, proporcionarão diferentes níveis de vulnerabilidade (risco), assim como diferentes valores de mercado, refletindo sua maior ou menor habilidade, capacidade e sucesso em manipular as variáveis citadas. Desta forma será possível verificar as posições relativamente mais ou menos desejáveis ao empreendimento, isto é, mais ou menos seguras do ponto de vista de sua continuidade no tempo.

Antes de procedermos à análise conjunta contemplada no Diagrama, vejamos um pouco mais de perto suas categorias, isto é, as variáveis envolvidas no sucesso (fracasso) de um empreendimento.

2.1 AS NECESSIDADES/DESEJOS DOS CONSUMIDORES

Esta categoria mede a maior ou menor necessidade ou desejabilidade de um produto para o público consumidor, mostrando o quão sensível, volátil é sua demanda. Aqui é evidenciada a capacidade de um produto de posicionar-se como sendo muito importante para o consumidor, seja porque, sua vida deste depende, seja porque tal produto está, digamos, de acordo com a tendência emergente para a estação. Sendo assim, tal eixo mede a capacidade de um produtor de cativar o público, qualquer que seja a razão para tanto, necessidade ou simples desejo.

Aqui estão contidas, portanto, as noções de (in) elasticidades-preço da demanda constantes da teoria microeconômica neoclássica.

Desta forma, quanto maior a necessidade/desejabilidade em relação a um determinado produto, maior sua inelasticidade, isto é, maior a capacidade de “capturar” o consumidor. Atentas a esta possibilidade de redução do risco inerente ao empreendimento, na tentativa de manipular a demanda ao seu interesse as empresas envidam, diligentemente, vários esforços. Galbraith (2004, p. 28-29) aborda a questão magistralmente:

Na política e nas eleições, o efeito da persuasão das massas – pela televisão e pela oratória convencional – sobre a escolha do eleitor é considerada aceitável. Para isso, grandes somas de dinheiro são aplicadas abertamente. E há uma persuasão muito mais extensiva, muito mais dispendiosa, muito mais competente, que envolve o controle do mercado, dirigida não a votantes, mas a consumidores. Nasce da associação de programas de notícia e de entretenimento, para ganhar o apoio de compradores. Esse é um custo considerado normal nos negócios, até mesmo destacado. Lança-se mão do talento teatral e musical mais bem-sucedido e bem pago. Artistas que outrora buscavam patrocinadores, escritores que se preocupavam em ganhar leitores, gerentes cuja principal preocupação já deve ter sido a produção de bens e serviços dedicam-se agora à formação das respostas do mercado.

Em especial, o avanço das neurociências ao descrever com uma riqueza de detalhes cada vez maior o comportamento humano permitiu o nascimento do que estabeleceu-se como *Neuromarketing* (termo cunhado por Ale Smidts, 2002). Diante da possibilidade de prever as respostas das pessoas a determinados estímulos é possível através destes aumentar a eficácia das táticas de propaganda e, por conseguinte, as próprias vendas. Nesse ínterim, até mesmo mensagens subliminares são utilizadas como meio de garantir a compra pelo consumidor.

2.2 AS ASSIMETRIAS EMPRESARIAIS

Pelos motivos expostos anteriormente (vide “Dimensão Normativa”), todas as empresas possuem e/ou buscam algum tipo de diferenciação ou vantagem competitiva. Segundo Cruz (2004), tal diferenciação ou vantagem relativa era conhecida no passado por “monopólio”. Todo e qualquer atributo, característica que seja peculiar, exclusiva a um produtor, cujo usufruto seja traduzível em retornos estáveis ao longo do tempo se enquadraria no conceito – *know-how*, estrutura de custos eficiente, reputação, patentes, etc. Então, por exemplo, admitam-se dois restaurantes, um deles situado no interior de uma estação rodoviária e o outro fora dela, um pouco mais distante, menos acessível. No quesito “localização” o primeiro restaurante possui uma clara vantagem sobre o segundo, pois este se

encontra mais próximo de seus consumidores. Diz-se, portanto, que este tem uma assimetria em relação ao outro, isto é, no tocante à localização o primeiro possui um atributo do qual pode derivar retornos sustentáveis ao longo do tempo que seu concorrente não possui.

É utilizado o termo assimetria em vez de monopólio, pois além de representar melhor a posição relativa de um concorrente entre os demais, este elimina o aspecto levemente pejorativo e carregado de outras interpretações a que o termo “monopólio” conduz (Cruz, 2004).

É precisamente esta característica de posse de diferenciação de caráter genérico por parte de empresas que lhes garanta vantagens que vem a ser a Assimetria Empresarial.

2.3.1 O Diagrama-Matriz A/N

2.3.1.1 O Eixo das Abscissas (A) – As Assimetrias Empresariais

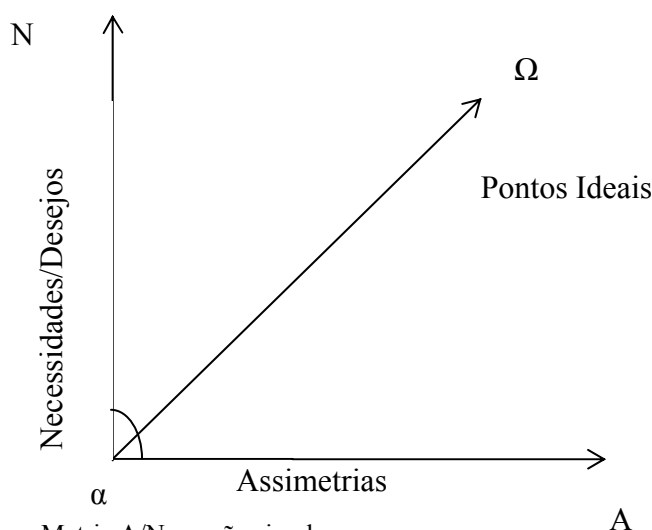


Figura 1 – Diagrama-Matriz A/N, versão simples

Procedendo à sua análise e interpretação.

Ao visualizar o eixo das abscissas, tem-se que níveis crescentes de Assimetrias Empresariais refletem maiores, quantitativamente falando, vantagens competitivas. Nesta

versão simples, o Diagrama-Matriz não possui qualquer divisão conceitual nas assimetrias. Estas são tão somente vantagens genéricas sem classificação alguma, a não ser a elevação ou diminuição quantitativa no eixo das abscissas.

2.3.2 O Diagrama-Matriz A/N revisitado

Em sua segunda aproximação mais avançada e pertinente, diferentemente da anterior, o Diagrama apresenta o eixo das assimetrias dividido em dois componentes, a saber: as assimetrias *ipso facto* e as assimetrias *ipso jure*. Deixa-se aqui a definição de tais conceitos ao seu autor, Cruz (2004):

2.3.2.1 Assimetrias *ipso facto* e *ipso jure*

[...] as assimetrias *ipso facto* são aquelas vantagens ou posições vantajosas de uma empresa vis-à-vis seus concorrentes que não estão baseadas em títulos de direito reconhecidos; são posições ou vantagens competitivas fruto de esforços próprios, competências, ou qualquer outra causa/razão de eficiência particular não “protegidas” por títulos específicos do campo do direito comercial, do direito de propriedade industrial em particular, ou qualquer outro.

E as assimetrias *ipso jure*, por outro lado, são aquelas vantagens decorrentes de concessões e/ou obtenção de propriedades (exclusivas ou limitadas) calcadas em títulos reconhecidos (concessões públicas, obtenção de patentes e demais títulos de propriedade intelectual, etc.).

Ainda segundo Cruz (2004) as assimetrias *ipso facto* sustentam-se e decorrem de:

- Diminuição nos custos de transação;
- *Know-how*;

- Reputação⁶;
- Uma estrutura de custos (produtivos) eficiente;
- Tamanho adequado (escala) e economias de escala assim originadas;
- Posição estratégica da empresa na cadeia de valor;
- Posse de barreiras protecionistas genéricas (não formalmente legalizadas), o que a literatura designa por “monopólios naturais”;
- Esforço e sucesso na diferenciação dos produtos e serviços;
- Esforço e sucesso em segmentar mercados
- Eficiente preparação e execução de contratos comerciais com fornecedores, distribuidores, etc.;
- Posição estratégica da empresa junto aos consumidores;
- Posição da firma frente aos credores/financiadores e frente ao mercado de capitais (para as *joint stock companies*); etc.

E as assimetrias *ipso jure* de:

- Concessões públicas;
- Patentes, *copyrights* e demais títulos de propriedade intelectual;
- Situações de *pooling* que envolvem títulos de propriedade ou outras formas reconhecidas de *pooling* e/ou integração/acordo através de direitos existentes.

⁶ Neste ponto Cruz (2004) faz menção ao conceito de *goodwill*. Julgou-se, neste ponto, mais oportuno aproximar tal conceito por “reputação”, termo suficientemente preciso para os fins deste trabalho, não causando prejuízo significativo à compreensão do argumento aqui em apreço.

2.3.2.2 Visualização e Análise do Diagrama-Matriz A/N revisitado

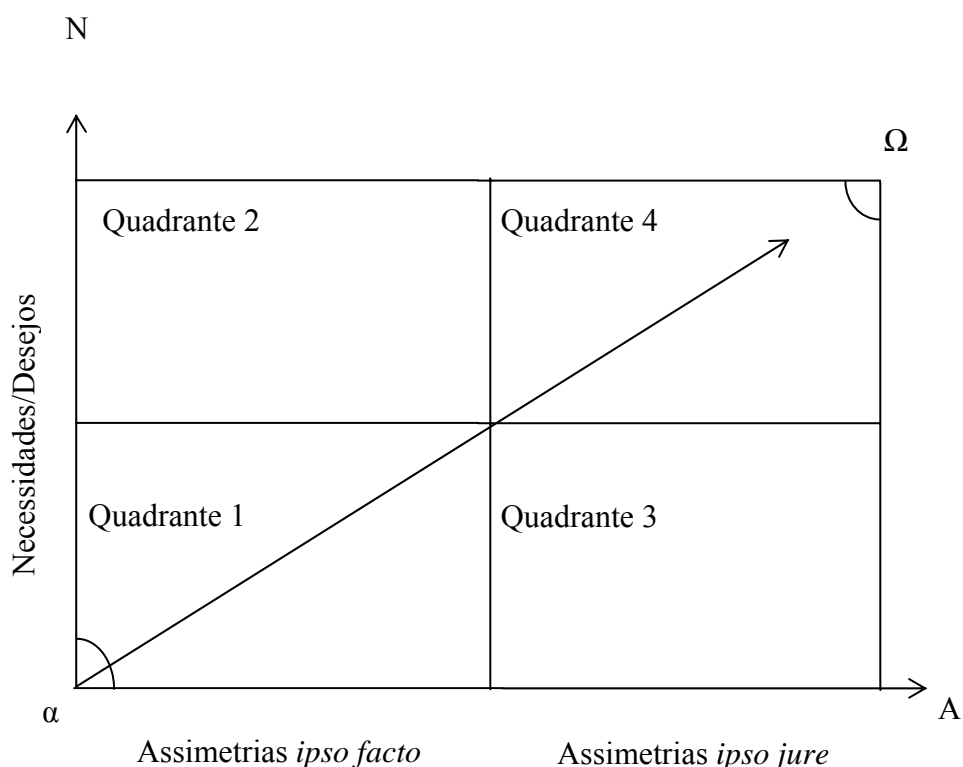


Figura 2 – O Diagrama-Matriz A/N revisitado

Nesta segunda versão do Diagrama-Matriz, a subdivisão do eixo das Assimetrias (A), acompanhada de semelhante segmentação do eixo das ofelidades, dá origem a quatro quadrantes onde, de acordo com a situação de cada empreendimento relativa às necessidades/desejos dos produtos ofertados e da dotação de assimetrias, cada um possuirá características únicas.

Os quadrantes 2 e 3 por serem situações intermediárias, não apresentam a estabilidade ambiental e, portanto, a previsibilidade, que serão verificadas no primeiro e quarto quadrantes, proporcionando assim uma maior nuance de resultados possíveis. Estas referidas instabilidade e incerteza têm origem em (1) relativa falta de garantias *ipso jure* – caso do segundo quadrante – e (2) relativa falta de garantias *ipso facto* – caso do terceiro quadrante. Vale ressaltar aqui que aquelas empresas situadas ao terceiro quadrante encontram-se em melhor situação do que aquelas presentes no segundo, pois suas assimetrias, garantidas pelo

Estado com exclusividade, são de mais difícil internalização e asseguram um menor nível de interferência no mercado onde atua seu detentor. Ademais, seria uma tarefa muito mais difícil para uma firma situada ao segundo quadrante fazer ascender suas assimetrias ao patamar *ipso jure* do que a uma empresa situada ao terceiro fazer ascender a necessidade/desejabilidade de seu produto à uma maior inelasticidade. Isto porque o traço que permeia os indivíduos localizados no terceiro e quarto quadrantes é o maior teor tecnológico contido em seus produtos. Tornar mais inelástica a demanda aos produtos via campanhas de *marketing*, por exemplo, é tarefa mais viável que obter saltos tecnológicos que lhe tornariam elegível à proteção legal.

Dito de outra forma, os quadrantes 2 e 3 são potencialmente rentáveis por razões distintas: o segundo quadrante é rentável em função da relativa inelasticidade da demanda, ao passo que o terceiro assim o é por causa das benesses (exclusividades) garantidas pelo Estado (Cruz, 2004).

Assim, tais quadrantes propiciam grandes oportunidades de sucesso (fracasso) dependendo da competência administrativa da empresa e da eficiência de sua gestão. Esses são, então, os ambientes propícios para a obtenção de ganhos (perdas) bursáteis, contribuindo para a prática especulativa, por exemplo.

Assim, a rigor, seria desejável a uma empresa situada no segundo quadrante envidar esforços de maneira a adquirir assimetrias mais potentes (as garantidas pelo Estado, *ipso jure*). Pesquisa e desenvolvimento resultando em patentes seria um caminho para tanto. Já a uma empresa situada no terceiro quadrante seria aconselhável, por exemplo, investir em campanhas de *marketing*, posicionando devidamente seu produto, incrementando sua necessidade/desejabilidade perante seu público.

O primeiro quadrante abriga as empresas que apresentam um baixo par (A,N), o que significa que, relativamente aos outros quadrantes, as firmas aqui contam com uma fidelidade relativamente baixa a seus produtos – dadas as altas elasticidades-preço da demanda – somada a frágeis e/ou baixas assimetrias empresariais. Depreende-se daí uma alta vulnerabilidade do empreendimento, o mais elevado dentre os quatro quadrantes.

O ponto hipotético alfa com seu nível nulo de barreiras à entrada, proporcionando livre entrada e saída, e sua completa (perfeita) elasticidade, refletindo uma absoluta substitubilidade, caracteriza claramente um ambiente perfeitamente competitivo, ambiente

este que segundo a racionalidade que permeia o Diagrama-Matriz de Cruz (2004) é responsável por negar existência à empresa, pois, como já fora dito aqui, não fornece as condições mínimas de segurança para que o investimento tome lugar. Aqui, “as características constantes da estrutura de mercado concorrencial pura (ou perfeita) aplicam-se perfeitamente: atonicidade, homogeneidade, mobilidade dos bens, permeabilidade, preço-limite (os agentes são *pricetakers*), extra preço, transparência, ausência de custos de transação e quaisquer externalidades.” (Cruz, 2004)

Já o quarto quadrante, antítese do primeiro, reúne os pontos/empresas que apresentam os mais altos pares (A,N); isto é, relativamente aos outros quadrantes, as firmas contam, simultaneamente, com uma fidelidade relativamente alta a seus produtos – dadas as baixas elasticidades da demanda – somada a sólidas e/ou altas assimetrias empresariais. Em consequência disso, a vulnerabilidade do empreendimento é relativamente baixa, a menor dentre os quadrantes⁷. O ponto hipotético ômega vem a representar um produtor soberano, único, comercializando um bem de primeiríssima necessidade/desejabilidade, isto é, um monopolista em sua concepção atual. Tais posições associam-se normalmente aos setores infraestruturais da economia ou outros de similar (imprescindível) importância, como a indústria farmacêutica, por exemplo.

Neste ponto é respondida a questão sobre como medir a força ou potência – e a desejabilidade relativa, portanto – de uma assimetria deixada em aberto anteriormente nesta monografia: as assimetrias serão tão mais potentes (e, logo, desejáveis) quanto mais exclusivas e difíceis de internalizar forem. Então, por exemplo, um segredo industrial, isto é, uma técnica exclusiva a algum produtor, é de muito difícil aprendizado, requerendo anos e anos de investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Contudo, uma vez aprendida, não há impedimentos algum ao seu usufruto – caso não seja protegida por lei. Já um processo produtivo protegido por patente, ainda que seja amplamente conhecido, só pode ser empregado por aquele a quem o Estado conferira tal privilégio – se satisfizer os requisitos e se ativer aos limites que a lei impõe – ou outrem por este autorizado. Deste fato deriva a maior potência (e desejabilidade) da assimetria *ipso jure*, isto é, a chancela pelo Estado, garantindo exclusividade⁸.

⁷ Colocando nos termos do primeiro capítulo, as garantias de retorno sobre o capital são suficientemente elevadas, de maneira que a continuidade do empreendimento esteja assegurada.

⁸ Segue no Anexo A desta monografia a “Escala das Assimetrias” elaborada por Cruz (2004).

O quadrante 4 é, então, o mais “conservador”, importante economicamente, local de fortíssimas barreiras à entrada, grandes rendas diferenciais, poucas surpresas nas flutuações nos valores das ações, etc. Em suma, em nossa atual época, é o quadrante das grandes *joint stock companies* (Cruz, 2004), empresas aqui em apreço.

Feita a exposição acima, resta tão somente destacar aqui o que já deve ter ficado claro ao leitor: o Diagrama-Matriz A/N aqui em apreço “permite perceber, entre outros, que o objetivo estratégico das firmas é transformar, sempre que possível, a demanda de seus produtos em inelástica (através de inúmeras possibilidades de diferenciação), e, concomitantemente, elevar suas assimetrias, suas vantagens competitivas frente os seus concorrentes”, limitando assim a concorrência e garantindo sua sobrevivência (Cruz, 2004). E o mais importante para os fins deste trabalho: o Diagrama mostra de forma nítida qual é o norte das empresas – isto é, o ponto ômega – e, sobretudo, sua completa oposição ao ponto alfa, de concorrência perfeita, considerado pelo *mainstream* como ideal e demonstrado aqui ser completamente irreconciliável com a perpetuação do empreendimento. Um panorama econômico caracterizado pela perfeita competição apregoada pelo *mainstream*, representada no Diagrama pelo ponto hipotético alfa, tem como característica a completa aderência a um ambiente inerte, sem dinamismo que em absolutamente nada lembra o capitalismo contemporâneo. Pelo contrário, descreve um ambiente onde as fábricas de alfinetes smithianas e conexos são a norma da tecnologia aplicada à produção. Ademais, pelo exposto anteriormente ao fim do primeiro capítulo, tais organizações não poderiam ser classificadas como “empresas”. Por estes motivos um semelhante arcabouço teórico não pode ser uma representação razoável do que é e tampouco do que deveria ser a realidade.

Tendo estabelecido o conceito das Assimetrias e, tendo mostrado a antítese existente entre o mundo empresarial contemporâneo e o mundo da perfeita competição, encerra-se aqui o exame do Diagrama-Matriz de Cruz (2004).

Conforme ficará evidente ao longo do próximo capítulo, a existência de um papel, de uma atuação do Estado na promoção de assimetrias empresariais dá a oportunidade de derivar certas contradições presentes no discurso *mainstream*, tanto por parte dos economistas, com sua doutrina dominante, quanto por parte dos próprios Estados Nacionais, que, com suas políticas oficiais liberalizantes, servem em grande parte de bases para a aplicação daquele discurso.

Após a constatação feita neste capítulo de que o Estado joga, de fato, papel não desprezível na promoção de assimetrias empresariais (através das de tipo *ipso jure*), julgou-se desnecessária uma análise pormenorizada dos meios, das categorias através das quais é desempenhado tal papel. Esmiuçar tais categorias – concessões públicas, acordos através de direitos existentes e títulos de propriedade intelectual – significaria um mero exercício de erudição e/ou ecoar discussões suficientemente exploradas, de modo que se procederá no capítulo que segue ao estabelecimento das referidas contradições.

CAPÍTULO III – IMPLICAÇÕES DA ATUAÇÃO DO ESTADO NA PROMOÇÃO DE ASSIMETRIAS EMPRESARIAIS: ALGUMAS CONTRADIÇÕES ORIUNDAS DO RECONHECIMENTO LEGAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

3.1 MOVIMENTOS CONFLITANTES DENTRO DO ESTADO

Como ficou claro no capítulo anterior, ao Estado cabe papel não negligenciável na promoção de assimetrias empresariais. O exercício das assimetrias *ipso jure* faz parte da rotina de um poder central que concede direitos de exploração ou garante direitos de propriedade industrial, por exemplo, elevando no eixo A do Diagrama o grau de monopólio, aumentando a probabilidade de sobrevivência do empreendimento – dado certo patamar no eixo N. No entanto, no contexto do Diagrama-Matriz, tem-se um contraponto que, potencialmente, configura uma situação de descoordenação internamente a uma entidade que deve, em princípio, agir sem ambiguidades, articulando esforços em diferentes frentes rumo a uma agenda maior e única.

O grande problema inerente aos órgãos de defesa da concorrência inspirados no *Sherman Act* americano, principalmente os situados à países periféricos, é que por fazerem da caminhada em direção à origem do Diagrama seu imperativo, eles assumem implicitamente que as empresas de suas economias ostentam um tamanho (grande) que justifica a defesa de sua atomização e homogeneização por meio da concorrência.

Tome-se a brasileira SEAE (Secretaria de Acompanhamento Econômico), por exemplo. Em plena harmonia com o discurso de Pindyck & Rubinfeld (2006), cada simples passagem apresentada na sua caracterização em seu endereço virtual exala o discurso oficial que defende as virtudes de uma economia sem entraves algum à concorrência, tendo tacitamente como secundárias as preocupações mostradas anteriormente neste trabalho quanto ao suporte necessário à perpetuação do empreendimento. Passagens como a que se segue evidenciam o caráter de sua conduta:

A promoção ou "advocacia" da concorrência refere-se ao papel educacional das autoridades antitruste na disseminação da "cultura da concorrência" e ao papel de, direta ou indiretamente, essas autoridades influírem na formulação

das demais políticas públicas, de modo a garantir que a concorrência seja, ao máximo, incentivada⁹.

Nesse contexto, ao consumidor é conferido maior peso, importância, ao contrário do observável em outras jurisdições.¹⁰

O erro desta ótica incorporada na política governamental que se utiliza do aparato estatal é assumir que o setor industrial de uma dada economia é desenvolvido o suficiente de maneira que tal política seja justificada. Seu risco inerente é contribuir para um processo de desindustrialização, que no caso brasileiro já se faz sentir¹¹.

No entanto, talvez seja um engano assumir que tais órgãos tenham ciência da interface que sua atuação possui com a política industrial. No sítio da SEAE lê-se que segue:

A política de defesa da concorrência possui interfaces com outras políticas governamentais cujas consequências econômicas afetam os mercados nacionais. Assim, faz-se necessário que a formulação e a implementação das demais políticas pública [sic] levem em conta os princípios competitivos, de modo a evitar distorções no mercado e preservar a consistência do conjunto de decisões governamentais. É nesse sentido que a política antitruste deve ser vista como o quarto pilar da política econômica governamental, juntamente com as políticas monetária, fiscal e comercial¹².

A inobservância da política industrial como um quinto pilar é ao mesmo tempo alarmante e sintomática. Sua ausência denuncia que esta há muito no Brasil (mas não somente aqui) deixou de ser uma prioridade, fato este palpável mesmo no discurso de órgãos oficiais. Seria porque já fora galgado patamar suficiente de desenvolvimento nesta área? [sic]

Faz-se oportuno um esclarecimento: não se está neste trabalho fazendo uma ode ao monopólio e à intervenção governamental. Mas antes, tentando chamar a atenção para os absurdos por trás da aplicação quase religiosa de um tal discurso teórico. Ao privilegiar a defesa da concorrência e negligenciar sua interface com a política industrial assume-se que as

9 Secretaria de Acompanhamento Econômico. **Promoção e Defesa da Concorrência**. Disponível em: <http://www.seae.fazenda.gov.br/conheca_seae/organizacao/promocao-e-defesa-da-concorrancia>. Acesso em: 28/03/2012.

10 Contribuidores da Wikipedia, *Sherman Antitrust Act*. Disponível em <http://en.wikipedia.org/wiki/Sherman_Act>. Acesso em 18/02/11.

11 Steinbruch, Benjamin. Enquanto é tempo. **Folha de São Paulo**, 27/03/2012. B10, Mercado.

12 Secretaria de Acompanhamento Econômico. **Acompanhamento de Mercados**. Disponível em: <http://www.seae.fazenda.gov.br/conheca_seae/organizacao/acompanhamento_mercados>. Acesso em: 28/03/2012.

questões sobre tal, por algum motivo, não são tão válidas ou urgentes. Ou não é o Brasil ainda predominantemente um exportador de primários?

3.2 A ECONOMIA CONTEMPORÂNEA ENQUANTO *TERRA IN COGNITA*¹³ AOS ECONOMISTAS CONTEMPORÂNEOS DE ONTEM [SIC]

Segundo Barbosa (2002), foram o acirramento do processo informacional e o desenvolvimento da atividade industrial os responsáveis pela criação de uma categoria de direitos de propriedade que compreendesse as criações da mente humana. A partir do momento em que a tecnologia passou a permitir a reprodução em série de produtos a serem comercializados, além da propriedade sobre o produto, passou-se a reconhecer também direitos exclusivos sobre a ideia que permite a reprodução de um produto. Não há nada de novo ou recente nisso.

No entanto, existem poucas dúvidas de que a visão dominante em Economia enxerga as categorias de propriedade industrial (ramo da propriedade intelectual), em especial as patentes, como uma ferramenta para garantir monopólios, sendo, portanto, nocivos à saúde do sistema¹⁴. Tal visão de que tais categorias são monopólios – e não direitos de propriedade – deixa transparecer o fato de que a noção de propriedade para o *mainstream*, tacitamente, reporta-se tão somente à modalidade corpórea, tangível, não havendo espaço para uma modalidade intangível da mesma.

No entanto, Commons (1920) tem a mostrar que esta não somente é relevante, como o nascimento do capitalismo praticado dos dias de hoje, diferente do feudalismo de outrora, coincide com o nascimento de uma noção de propriedade intangível.

¹³ Remeto o leitor eventualmente escandalizado com a grafia apresentada – *in cognita* em vez de *incognita* – ao mapa exibido em <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Map_North_America_1566.jpg> (acessado em 15/03/2012), por exemplo.

¹⁴ Vide controvérsia contida em Andersen (2003), Singleton (2006) e Stiglitz (2006), por exemplo.

3.2.1 A Revolução Comercial de Commons e a Aurora de uma Modalidade Incorpórea da Propriedade

Segundo o autor, a Revolução Comercial que se desenvolveu durante o século XVII fora o fenômeno responsável por gerar as condições necessárias ao capitalismo moderno enquanto sistema distinto do feudalismo vigorante até então. Todas as instituições requeridas ao desenvolvimento e disseminação do capitalismo teriam sido desenhadas na Inglaterra do período entre 1599 e 1700. Nesse ínterim, fora a plena autonomia do poder judiciário resultante do processo o fator crucial à institucionalização da propriedade intangível, amalgamando assim, a noção datada (porém ainda existente) da propriedade tangível.

De acordo com Commons (1920), a noção, herdada do feudalismo, estabelecia que a concepção de propriedade se reportava, necessariamente, a bens tangíveis, significando a soma de todos os direitos possíveis constituídos em relação a uma coisa (*plena in re potestas*). Entretanto, a definição de propriedade mudara; o que há de mais valioso na propriedade nos dias de hoje é o chamado *going business*. Deixa-se aqui a definição de tal conceito ao seu autor:

[...] What is a going business? If you sell your stock of goods to individuals you retain the right to continue in business. If you sell that stock of goods as separate from the business it is not worth very much. You could get what it would inventory. You could sum up the cost of the different items and that would be the physical property. That would come under the old definition of property or goods on the shelves. But if you want a real good price for it, you sell your equipment plus goodwill. Goodwill is the other item which makes modern business worthwhile. That goodwill has come to be more valuable than the physical property. Goodwill is the right to buy and sell in the future and to be protected against unfair competition.¹⁵

¹⁵ [...] O que é um *going business*? Se você vende seu estoque de bens para terceiros, você ainda mantém o direito de continuar atuando no ramo do negócio. Se você vender este estoque de mercadorias como parcela separada da empresa em si, não valerá muito. Você pode obter o valor dos bens que estão contabilizados. Você poderia somar o custo dos diversos itens, e isto seria a propriedade física. Neste caso, temos a velha definição de “propriedade”, seriam mercadorias ou bens nas prateleiras. Porém, se desejar vender seus ativos por um preço mais elevado, você vende seus equipamentos, mais o “*goodwill*”. *Goodwill* é o outro item que torna os negócios modernos mais rentáveis. Esta forma de ativo intangível chegou a ser mais valiosa do que a propriedade física. O *goodwill* garante o direito de comprar e vender no futuro e ser protegido contra a concorrência desleal. Commons, John R., *Commercial Revolution (1920) in Warren J. Samuels (ed.) Research in the History of Economic Thought and Methodology* pp. 227-233 (1994)

Digamos que uma determinada linha de produção esteja à venda. Se seu vendedor se dispuser a vender tão somente seu equipamento – máquinas, matérias-primas, estoque, etc. – nada o impede de, posteriormente, voltar àquele negócio (leia-se: mercado). Desta forma, este representa um concorrente em potencial no futuro ao comprador. Assim, de maneira a adquirir um fluxo monetário diferenciado (expandido) no futuro – isto é, isento daquele concorrente – o comprador eventualmente estará disposto a comprar, além dos equipamentos, o direito do vendedor de acessar aquele mercado, seu *goodwill*. Em função deste privilégio esta propriedade intangível vem a ser muito mais valiosa que o cabedal, propriamente. A partir do momento em que, além do bem tangível, é comercializado também este bem intangível, este direito, seu vendedor concorda em não mais fazer uso daquele direito – que não lhe pertence mais – sob pena de acionamento legal em caso de descumprimento do acordo.

No entanto, apesar de ter prevalecido ao fim, a aceitação de tal procedimento como um mecanismo jurídico válido fora obtida a duras penas. Avanços e retrocessos tomaram lugar até que em 1618 se estabelecesse definitivamente.

Anteriormente ao ano de 1599 o sistema de guildas prevalecia na Inglaterra, assim como por toda a Europa. Um certo número de pequenos manufactureiros formavam uma associação e junto ao rei, obtiam uma carta que lhes concedia, enquanto grupo, certos privilégios. Mas o aspecto principal desses arranjos era a capacidade concedida pelo rei para regular quem poderia ou não atuar naquele ramo, sendo acionável judicialmente aquele que não se enquadrasse em suas diversas normas – quanto à qualidade do produto, quanto às qualificações necessárias ao exercício do ofício, etc.

Conta Commons (1920) que houve duas decisões em 1599 e 1608 que destituíram as guildas de tal poder. Esta última se referia ao caso do doutor Bonham, um clínico que se estabelecera em Londres. Lá havia uma guilda que possuía privilégios concedidos por Henrique VIII desde 1560. Desta forma, a guilda poderia arbitrar entre quem poderia exercer medicina em Londres e quem não poderia. Apesar do fato de o doutor Bonham ser um bom médico, ter frequentado a Universidade de Cambridge, a guilda lhe proibira acesso ao mercado londrino, o que, por ter desrespeitado o fato, resultou em sua prisão. Então, após apelar à Justiça, Sir Edward Coke, o juiz em exercício à época, estabeleceu que uma lei que privasse uma pessoa de exercer seu direito natural não poderia ser legítima. Assim, a carta conferida à guilda pelo rei fora considerada ilegal e, por isso, suspensa.

Coke também tomara parte de caso semelhante em 1599, onde alfaiates estabeleceram regras que não permitiam que os afiliados se comprometessem com mais trabalho que seus pares e trabalhassem fora da guilda sem que estes fossem informados do fato. Eles haviam adotado uma regra de competição justa. Por motivos semelhantes aos do caso anterior, a carta da guilda dos alfaiates fora derrubada, sob a alegação de que todo alfaiate possuía o direito natural de conseguir trabalho onde quer que fosse sem a interferência da guilda.

Assim, a concepção de liberdade fora alterada por Coke. Até então liberdade significava privilégio, privilégio para fazer algo. Assim, quando alguém conseguia uma liberdade junto ao rei, isso significava que este teria liberdade para cobrar impostos, estabelecer negócios, etc. Coke fez com que liberdade passasse a significar o direito natural de alguém proceder de acordo com sua vontade.

Dessa maneira Coke conseguiu privar o rei da liberdade (sic) de conceder privilégios, fato que em nada agradaria Henrique VIII, que finalmente destituiria Sir Coke de seu posto. Foi então que eclodiu a revolução, declarando que o rei não tinha poder para tanto. Commons (1920) completa:

“[...] If Coke's rulings had been allowed to stand there would not have been a revolution in 1640. It put into effect by violence what Coke had tried to establish by natural law.”¹⁶

Entretanto, a nova doutrina da liberdade foi logo considerada muito liberal. Em razão dela as guildas, que regulavam e organizavam a competição, foram destruídas. Agora toma lugar, diz Commons (1920), o que se chamaria *cut-throat competition*¹⁷. Assim, a corte teve de introduzir a partir de 1618 a ideia de competição razoável com base no caso que segue.

De acordo com Commons (1920), havia em Londres um carpinteiro que possuía um pequeno negócio. Este decidira vender seu estabelecimento a um outro carpinteiro. Até aqui nada de novo, pois a noção de propriedade (sobre bens tangíveis) subjacente à transação estava, à altura, mais que sedimentada. No entanto, além de vender seu estabelecimento (cabedal) o vendedor concedeu semelhantemente um título garantindo que não entraria em

¹⁶ “[...]se a prevalência das regulamentações de Coke fosse permitida, não teria ocorrido uma revolução em 1640. Ela fez valer através de violência aquilo que Coke tentara estabelecer via lei natural.”

¹⁷ Também conhecido como competição destrutiva, se refere, basicamente, a situações em que a competição resulta em preços que, por períodos prolongados, não cobrem custos de produção.

competição com o comprador de seu negócio. Até então todos os contratos de tal natureza eram considerados títulos de restrição de liberdade e, portanto, ilegais. Nenhum homem livre poderia consentir em alienar sua própria liberdade. Por conta disso o caso percorreu diversas cortes, era um acontecimento sem precedentes.

Foi então que o vendedor violou o contrato e estabeleceu novo empreendimento nas adjacências do anterior. O comprador, então, o acionou judicialmente exigindo indenizações. Quais foram os prejuízos infligidos? O vendedor não havia destruído sua propriedade tangível. Sua compra, seus bens permaneciam intactos. O vendedor, desonrando o acordo, estabeleceu nova concorrência afastando sua clientela. Este infligira danos, portanto, à propriedade intangível do comprador. Dada a falta de precedentes e a complexidade do caso todos os advogados do reino foram chamados para prestar seus pareceres quanto à questão. Eles chegaram à conclusão de que não parecia razoável que um homem que havia vendido não somente suas instalações e equipamentos, mas também seu direito exclusivo de lidar com seus clientes voltasse reclamando este espaço já cedido.

Assim, a doutrina que se estabeleceu foi a de que a liberdade é negociável, que alguém pode vender sua liberdade, o que significa que, consumada a transação, o vendedor não pode competir naquele ramo dali em diante.

O fato que ficará mais claro até o fim desta seção é o de que a partir de tal momento, a ideia, a noção de *tresspassing* associada até então exclusivamente a bens corpóreos como imóveis, por exemplo, é estendida de maneira a abarcar bens incorpóreos da mesma forma. Isto é, passa a ser possível “invadir” territórios não delimitados por cercas, mas antes por contratos ou leis.

Semelhantemente, por volta do mesmo período, conta Commons (1920), havia um tecelão chamado Hall. Ele costumava colocar seu nome em cada uma das peças que confeccionava. O grande sucesso que obtivera em seu empreendimento passou, então, a estar associado ao seu nome, transformando-o em marca e em seu ativo mais valioso.

Tentando se apropriar dos retornos associados ao nome de Hall, um outro tecelão passou a aplicar em cada uma de suas peças o nome de Hall. Este, então, acionou judicialmente seu concorrente desleal exigindo reparações. Este estaria transgredindo sua propriedade; não sua fábrica, suas ferramentas, mas antes sua propriedade intangível, seu *going business*. Foi neste ponto, como indicado anteriormente, que a corte mudou a noção de

tresspassing de maneira que compreendesse também delitos cometidos contra o *going business* de alguém. Foi dessa maneira, segundo Commons (1920) que a legislação sobre marcas teve sua gênese.

A importância da autonomia do poder judiciário se fez sentir igualmente no desenvolvimento da moderna legislação de patentes.

Relata Commons (1920) que, ainda sob o sistema feudal, com o objetivo de estimular a indústria inglesa, a Rainha Elizabete concedia patentes, reservando mercados àqueles que se comprometessem a investir em certas atividades. De forma semelhante aos casos anteriores, houve um caso em que um político chamado Darcy teve sua patente violada por um produtor não autorizado e, então, o acionou judicialmente por interferir em seu *going business*. Tal caso chegara eventualmente a *Sir Edward Coke*, que como em outras ocasiões determinara que qualquer pessoa teria o direito a produzir cartas (produto em questão neste caso) se assim lhe aprouvesse. Como tal decisão fora de encontro à resolução anterior da rainha, o Rei James destituiu Coke, revogando também sua decisão. James impusera sua política sem restrições alguma até que em 1624 o parlamento inglês pôs em vigor o estatuto dos monopólios. Este previa que o rei não possuía autonomia para conceder patentes ou privilégios de natureza alguma, com exceção de dois casos específicos: no caso de invenções ou desenvolvimento de processos e no caso das armas e munições.

Logo, a legislação sobre patentes que se conformaria mais tarde é nada mais que um desdobramento do sistema original destinado a desenvolver a indústria inglesa.

Em síntese, segundo o autor, o capitalismo (de nossa atual época) não é baseado na propriedade de bens físicos; isso era feudalismo. Sua Revolução Comercial estabeleceu quatro tipos de propriedade intangível,¹⁸ a saber: *goodwill*, o direito de vender um certo mercado relevante; *trademark*, que vem a ser a restrição da competição pelo roubo de um nome (marca); patentes, proteção no caso de ter inventado um novo processo; *copyright*, proteção sobre criações científicas, literárias e conexos (não destinados à indústria). É com lastro neste

¹⁸ Commons indica as *copyrights* como quarta modalidade da propriedade intangível fundadora do capitalismo. No entanto, por estar se destacando aqui as categorias de propriedade industrial (o que exclui as *copyrights*) julgou-se adequado não abordar a origem de tal categoria.

repositório que as empresas conseguem obter recursos para suas operações e os bens tangíveis de que necessitam – a propriedade tangível está subordinada à propriedade intangível.

Fica aqui, então, estabelecida esta última e crucial contradição presente no discurso oficial em Economia: a categoria de propriedade mais importante, a que estabelece o capitalismo como algo completamente distinto do feudalismo – este baseado em bens tangíveis – é tida, digamos, como “menos propriedade”, servindo a interesses contrários ao bem comum, a saber, o ponto de equilíbrio – de Concorrência Perfeita na Microeconomia ou ponto alfa no Diagrama-Matriz de Cruz (2004).

Cristaliza-se nesse ponto o patente anacronismo da Economia Oficial conforme apontado no primeiro capítulo deste trabalho. Commons (1920) permite enxergar com facilidade o abismo de pelo menos 120 anos que separa o economista médio – que sem saber possui uma economia feudal como modelo, ponto ideal do sistema – de um profissional do Direito Comercial, por exemplo, plenamente ciente do papel central dos contratos e tribunais na economia de nossa atual época.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo percorrido este caminho, começando com a afirmação do Sistema de Mercado, passando pela corroboração da impossibilidade da perpetuação do empreendimento sob o enfoque do Diagrama-Matriz de Cruz (2004) e terminando pela indicação de algumas contradições deriváveis da existência de um papel do Estado na promoção de assimetrias empresariais, faz-se oportuno afirmar que este trabalho não se trata de uma defesa do monopólio – no sentido vulgar do termo, ponto ômega contido no Diagrama – como alguns podem argumentar. Este trabalho não tem a intenção de entrar nesse debate, não abre discussão sobre tal tema. O que está sendo defendido aqui é que ao contrário do que dizem os mais renomados manuais de Microeconomia – Pindyck & Rubinfeld (2006), por exemplo – é que o ponto de perfeita competição representa um (grande) problema apesar de ser considerado como a melhor situação que uma economia pode conhecer. Num ambiente onde todos os produtos são substitutos perfeitos uns dos outros (plenamente homogêneos) não existe razão pela qual um consumidor venha a preferir o produtor A em vez do produtor B, eles são indiferentes. Isto também significa que o retorno de seu investimento não está minimamente garantido em virtude desta mesma homogeneidade (indiferença).

A competição no mundo contemporâneo se dá em outras bases. A rigor não deveríamos usar este mesmo vocábulo (competição) nesses dois cenários, pois significam coisas diferentes. No ambiente da plena competição dos manuais, tendo como objeto a estrutura perfeitamente competitiva, “competição” ou “concorrência” são empregados devidamente, pois só há confronto de ofertantes *stricto sensu* onde a mercadoria ofertada pelos diversos produtores é homogênea em seu sentido pleno: idêntica, igual. No ambiente contemporâneo “concorrência” ou “competição” assumem o sentido conferido por Sá (2003): é uma competição restrita por vários fatores como preço, reputação da marca, marketing, etc. Aqui cada produto é (ou corresponde a) um mercado em específico; guardando suas semelhanças com algum outro talvez, mais ainda assim outro mercado. Por mais bizarro ou paradoxal que possa soar é uma competição calcada em monopólios; é uma competição atenuada pelo uso de recursos (assimetrias) que garantem o lugar, o território de cada jogador nesse ambiente que em nada lembra o discurso neoclássico. E o mais importante: se o objetivo do empreendimento é gerar retornos sustentados ao longo do tempo, não poderia ser de outra forma.

Corroborar tal posição através da análise do Diagrama-Matriz significou também estabelecer um papel central do Estado na promoção de assimetrias empresariais, instrumentos pelos quais as empresas buscam ampliar sua capacidade de sobrevivência e rentabilidade, conforme já colocado anteriormente. A existência mesma deste papel permitiu derivar algumas contradições contidas no discurso *mainstream*, seja o que toma forma no espírito da conduta dos Estados Nacionais neoliberais, seja uma importante contradição presente implicitamente no discurso dos economistas: Como dirá Pretnar (2003), há poucas dúvidas acerca do fato de que a visão dominante em economia encara as patentes, por exemplo, como uma forma de monopólio. Ou seja, a propriedade intelectual é menos uma forma de propriedade garantidora de retornos sustentáveis do que algo a prestar um serviço contra a saúde do sistema. Eis a contradição: como nos explica Commons, a modalidade incorpórea da propriedade foi a responsável por inaugurar a era do capitalismo que, diga-se de passagem, dura até os tempos atuais. São as categorias – *goodwill*, *marcas* e patentes, basicamente – abrigadas por esta (mais recente) modalidade de propriedade as responsáveis por caracterizar o capitalismo contemporâneo, o tornando distinto do feudalismo de outrora, calcado na propriedade tangível.

Toda a análise tradicional, ao dispensar esse novo tipo de propriedade, ou melhor, o rebaixando a algo pernicioso à saúde do sistema, revela tacitamente onde está o foco do economista médio, a saber, na propriedade tangível; categoria de propriedade esta que fora base do feudalismo, não do sistema hodierno calcado em títulos e sobremaneira dependente das decisões tomadas nos tribunais. Retire-se a propriedade tangível (feudal) da análise microeconômica tradicional e tudo o mais virá abaixo.

O agravante é que nada do que fora dito neste trabalho deveria ser motivo de espanto ou escândalo. O que realmente é de se espantar é a capacidade de tal racionalidade de encontrar terreno fértil em todas as mentes, de estudantes aos mais celebrados acadêmicos. Uma questão de mera ignorância? Ou de deliberada má fé?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSEN, Birgitte. 'Intellectual Property Right' Or 'Intellectual Monopoly Privilege': Which One Should Patent Analysts Focus On?. In: **Conferência Internacional Sobre Sistemas de Inovação e Estratégias de Desenvolvimento Para o Terceiro Milênio**, 2003. Disponível em <http://redesist.ie.ufrj.br/globelics/pdfs/GLOBELICS_0050_Andersen.pdf>. Acesso em 09/03/2012.

BARBOSA, Denis B. **O que é Propriedade Intelectual**, 2007. Disponível em <<http://denisbarbosa.addr.com/pi.htm>> . Acessado em 25 de fevereiro de 2012.

_____. **O Valor Social da Patente**, 2007. Disponível em <<http://denisbarbosa.addr.com/econpi.htm>> . Acessado em 25 de fevereiro de 2012.

CHANDLER, Alfred D., Jr. **The Visible Hand**, Cambridge, Massachussets e Londres: The Belknap Press of Harvard University Press, 1977.

COMMONS, John R. Commercial Revolution In: **Research in the History of Economic Thought and Metodology**. Connecticut: JAI Press, 1994. p. 227-233.

CRUZ, Murillo F., Filho. **A Essência do Pensamento Econômico e Social de Thorstein Veblen**: Seu Ponto Arquimediano. Rio de Janeiro, 53 p. Trabalho não publicado.

_____. **A Norma do Novo**: Fundamentos do Sistema de Patentes na Modernidade - Filosofia, História e Semiótica. 1ª edição. Rio de Janeiro: Murillo Cruz (editor), 1996. 231 p.

_____. **O Diagrama-Matriz A/N**: Assimetrias Empresariais/Necessidades-Desejos dos Consumidores em Economia. Rio de Janeiro, 8 p. Trabalho não publicado.

GALBRAITH, John K. **A Economia das Fraudes Inocentes**. 1ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. 84 p.

_____. **O Novo Estado Industrial**. 2ª edição. São Paulo: Pioneira, 1977. 396 p.

GERSCHENKRON, Alexander. **Economic Backwardness in Historical Perspective**. Cambridge, Massachusetts. The Belknap Press of Harvard University Press, 1962. 456 p.

PAIN OF SALVATION. **BE**. São Paulo: Hellion Records, 2004. 1 disco (75 minutos e 53 segundos). CD, estéreo. HEL0353.

PAIN OF SALVATION. **Scarsick**. Kleve: InsideOut Music, 2007. 1 disco (67 minutos e 52 segundos), CD, stereo. SPV 79202 CD.

PRETNAR, Bojan. The Economic Impact of Patents in a Knowledge-Based Market Economy. In **International Review of Intellectual Property and Competition Law (IIC)**, Munique, vol. 34, nº8, 2003, 887-906..

REYNOLDS, Lloyd G. Cut throat Competition In: **American Economic Review**, Vol. 30, nº04, p. 736-747, dez. 1940.

SÁ, Graciano. **O Valor das Empresas**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Documenta Histórica, 2007. 464 p.

SINGLETON, Solveig. **The Patent Prejudice: Intellectual Property As Monopoly**, 2006. Disponível em <<http://www.pff.org/issues-pubs/pops/pop13.28intellectualpropertyasmonopoly.pdf>>. Acessado em: 10/03/2012.

STIGLITZ, Joseph E. **Prizes, Not Patents**, 2007. Disponível em < <http://www.project-syndicate.org/commentary/prizes--not-patents>>. Acessado em 10/03/2012.

VEBLEN, Thorstein B. **The Theory of Business Enterprise**. 1ª edição. Nova York: Transaction Publishers, 1978 (1904). 420 p.

ANEXO A – ESCALA DAS ASSIMETRIAS (*IPSO FACTO E IPSO JURE*)

Escala das assimetrias (*ipso facto e ipso jure*)

[Boas Idéias

[Custos (Escala) Produtividade q.v. JIT (*Just in Time*)

[Diferenciação - “Sensação de Obtenção de uma Qualidade Adicional por parte dos Consumidores”

[Nichos de Mercado FATORES INTRÍNSECOS

[*Know How* ANTES DA EXPOSIÇÃO A TERCEIROS

[Qualidade do Produto ou da Matéria Prima que integra o Produto

[Garantia de Fornecimento e/ou Posição Privilegiada (Estratégica) na Cadeia de Valor (*value chain*)

[MARKETING

[Certos Elementos do Fundo de Comércio (não proprietários) *Good Will*

[Capacidade de Financiamento – *Loan Credit*

Assimetrias *ipso facto*

Assimetrias *ipso jure*

[Direitos sobre certos Elementos do Fundo de Comércio – Marcas, etc.

[Obtenção de Normas Técnicas

[Concessões Públicas – Cotas, etc. FATORES AMBIENTAIS

[Copyrights

[Direitos Exclusivos de Propriedade Industrial – Patentes, etc.

[Cross Licensing e demais situações de *Pooling* inter Empresas calcadas em direitos “reconhecidos” – Alianças Estratégicas calcadas em direitos proprietários

Obs.: Notar que os elementos das Assimetrias são (ou podem ser) cumulativos; podem alterar-se dependendo do setor, mas, em geral, para os setores industriais, seguem a ordem hierárquica acima; representam também, por diversas razões, diminuição de Custos de Transação, pois reduzem incertezas e elevam o controle sobre os fluxos econômicos reais, etc.; significam, para a moderna concepção de marketing, “Posicionamentos”.